

## A moda brasileira nas trilhas da mobilidade de São Paulo

Ana Claudia de Oliveira<sup>1</sup>

### Os primórdios como uma fabulação empreendedora

Na cidade São Paulo há tempos se reúne a moda brasileira em um consenso absoluto no qual não aparece os repetidos esteriótipos contra o imperialismo paulista das regionalizações. Repousa aí um consenso para alçar a internacionalização do setor da moda brasileira.

A grande mostra desse movimento deu-se no evento da Fashion Week que desde sua criação em 1996, tem na atualidade uma história cuja narrativa com seu enredar de trama principais e secundárias nos permite um recortá-la a fim de apresentar o estágio de participação da indústria moda na economia do Brasil. Além ou talvez aquém desse seu papel nos negócios de moda a SPFW - sigla pela qual o evento é conhecido - esteja em condições de imbricar-se nos problemas nacionais, em especial paulistanos. O recorte recai sobre a mobilidade urbana sem dúvida a problemática central nas políticas públicas quer do município, quer do governo do Estado de São Paulo.

As semanas de moda estão em vários países do mundo em que esse setor tem grande participação na economia dos países. Logo após os eventos de moda de Paris, Milão, Nova York, Londres está em ordem de importância a São Paulo Fashion Week (SPFW) que congrega a moda brasileira em âmbito nacional e tem imenso destaque na América Latina. Seu propósito é dar visibilidade à economia criativa que a moda faz girar em seu entorno e ela mesma transforma-se em um palco de negócios.

O próprio princípio da narrativa desta feira de moda oferta com exemplaridade as ambiguidades do jogo entre público e privado que estão articulados nas suas encenações que teve seu início nomeando-se *Morumbi*

---

<sup>1</sup> É professora titular da PUC-SP e atua no PEPG em Comunicação e Semiótica. Co-dirige o Centro de Pesquisas Sociosemióticas (CPS). É pesquisador Bolsista do CNPq nível 2. Esse artigo é parte do seu projeto de pesquisa "Práticas de vida em São Paulo.

*Fashion Brasil*. A sua localidade de então tinha sede no coração da metrópole paulista: o Parque Ibirapuera, no prédio da Bienal de São Paulo. O locus das artes do mundo que se encontrava na Bienal de São Paulo que está em sua ? edição contando uma história de internacionalização da arte brasileira, ao contar também a significativa intervenção desta mostra na cultura brasileira e latinoamericana. A Feira de Moda não terá menor sina e muito dessa se deve ao seu dinâmico organizador, o empresário Paulo Borges e o seu Grupo Luminosidade.

O momento em que as marcas de moda Chanel, Versace, Gucci adentraram o mercado brasileiro a indústria têxtil brasileira foi obrigada a mover-se para criar a sua própria visibilidade uma vez que a visibilidade das importações da moda aportavam no nosso mercado com identidade de marca e de produto, ainda carregada pela visibilidade midiática de ser usada pelas celebridades. Assim não só o plano do governo da abertura econômica à mundialização preconizada pelo então presidente Fernando Collor de Mello como de fato a indústria têxtil do país investiu no parque industrial, em mão de obra especializada, enfim, nas arenas do design de moda. A competição era no âmbito global e o Brasil ainda estava no local. Esse embate foi forte e ainda hoje mensura forças com o global, agora na dimensão da expansão chinesa que engendra todo um outro capítulo dessa mesma narrativa.

De *Morumbi Fashion*, a denominação inicial, que alocava a moda em um bairro considerado expoente da metrópole paulista e em um shopping center de referência do consumo de moda, a renomeação *São Paulo Fashion Week*, na décima edição em janeiro de 2001, assinala um alçar vôo competitivo para o mercado internacional. Estão aí sedimentadas as rotas para uma das novas carreiras, a de modelo brasileiro, que entrará definitivamente no imaginário das novas gerações da mulher brasileira como um sonho possível de ser alguém à imagem e semelhança dos passos nas passarelas de Gisele Bündchen, Isabeli Fontana, Ana Claudia Michels, Alessandra Ambrosio. Com o corpo brasileiro na passarela, o cenário tanto produz novas marcas como Colci, Osklen, Cavaleira, TNT, Triton, Virzi, Zapping, Animale como novos criadores destacando Alexandre Hercovitch, Almir Slama, Carlos Mièle, Glória Coelho, Reinaldo Lourenço, Ricardo Almeida, Ronaldo Fraga, Tufi Duek, Victos Dzenk, entre tantos outros, estilistas

de renome internacional que entraram para histórica de uma moda global que ainda se debate para criar, produzir e circular no mundo da moda.

### **36ª São Paulo Fashion Week e sua aproximação do povo**

Na paulicéia, no transcurso da 36ª São Paulo Fashion Week, ocorrida de 28 de outubro a 01 de novembro de 2013, o Parque Villa Lobos abrigou 26 desfiles. Não dessa totalidade mas exclusivamente do desfile performático é que essa coluna vai se deter em abordar uma vez que essa feira de moda armou uma rota de coalisão com a cidade e a população de São Paulo, rota essa que cruza justamente a do projeto de pesquisa temático: "Práticas de vida e produção do sentido na metrópole. Regimes de visibilidade, regimes de interação, regimes de reescritura", que desenvolvo junto a trinta e oito pesquisadores com o apoio da FAPESP (2011-2014).

Fazendo uma incursão na própria vida urbana, o evento da Fashion Week do segundo semestre de 2013 voltou-se não somente ao segmento de público dos habituados a frequentar os desfiles de moda, aquele com convites à mão, um seletivo público que se dirige ao endereço determinado e é encaminhado do acesso de entrada com a identificação de seu convite até a fileira em que ocupa o seu lugar. Da primeira fila à última, esse local do espetáculo é milimetricamente valorizado e cada presente no evento vale pelo seu posicionamento espacial. A relevância do público segmentado para a construção axiológica do evento é atestada já no entorno da sede dos desfiles, na qual se alocam jornalistas de todas as mídias e fotógrafos com suas câmeras pautadas para capturar flagrantes dos frequentadores, gente renomada pelo uso, difusão e criação da moda.

Em ano que as ruas estão na moda lançada desde as manifestações juninas com o movimento Passe Livre, seguida de um rol de manifestações que ainda participamos, nada mais oportunista do estar em voga do que os próprios lançamentos da moda deixar o espaço privado e adentrar o espaço público. Não qualquer um desses mas o especial da mobilidade urbana que o metropolitano da cidade de São Paulo expõe como um dos seus emblemas distintivos. A mobilidade é proclamada como o maior problema da megalópole São Paulo, mas também um dos seus mais valiosos valores no que tange políticas públicas estaduais e municipais.

Entretanto, perguntamos essa axiologia tão sócio-política seria passível de uma operação de transposição para a moda? Estaria a maior feira de moda do país e da América Latina, aspirando incorporar que sentidos ao abrir a sua temporada

lançada na circulação urbana? Refletir sobre essa translação de valores é o objetivo deste presente artigo que interconecta moda, urbanidade, sociabilidade, comunicação, publicidade, marketing, política, indústria e semiótica, assim como objetiva analisar os mecanismos estratégicos do "fazer fazer fazendo sentir" o *Metronamoda*<sup>2</sup> ao dele a população comum participar por estar implicada presencialmente no desfile de moda no metrô.

### **Estratégias dos destinadores de *Metronamoda***

Das doze linhas do metropolitano a porta de entrada da estratégia de abertura da SPFW foi a da estação da Vila Madalena. Bairro da moda gastronômica, dos ateliers de costura e lojas alternativos, dos becos com grafites emblemáticos da cidade, a Linha Verde, que tem também a nomeação numérica correspondente Linha 2, foi ela a escolhida para ser transformada em palco da passarela de 14 km de moda.

---

<sup>2</sup> As fotografias do desfile da 36ª SPFW usadas nesse artigo são de autoria de Everaldo Silva, que autorizou o uso dos seus registros do evento.

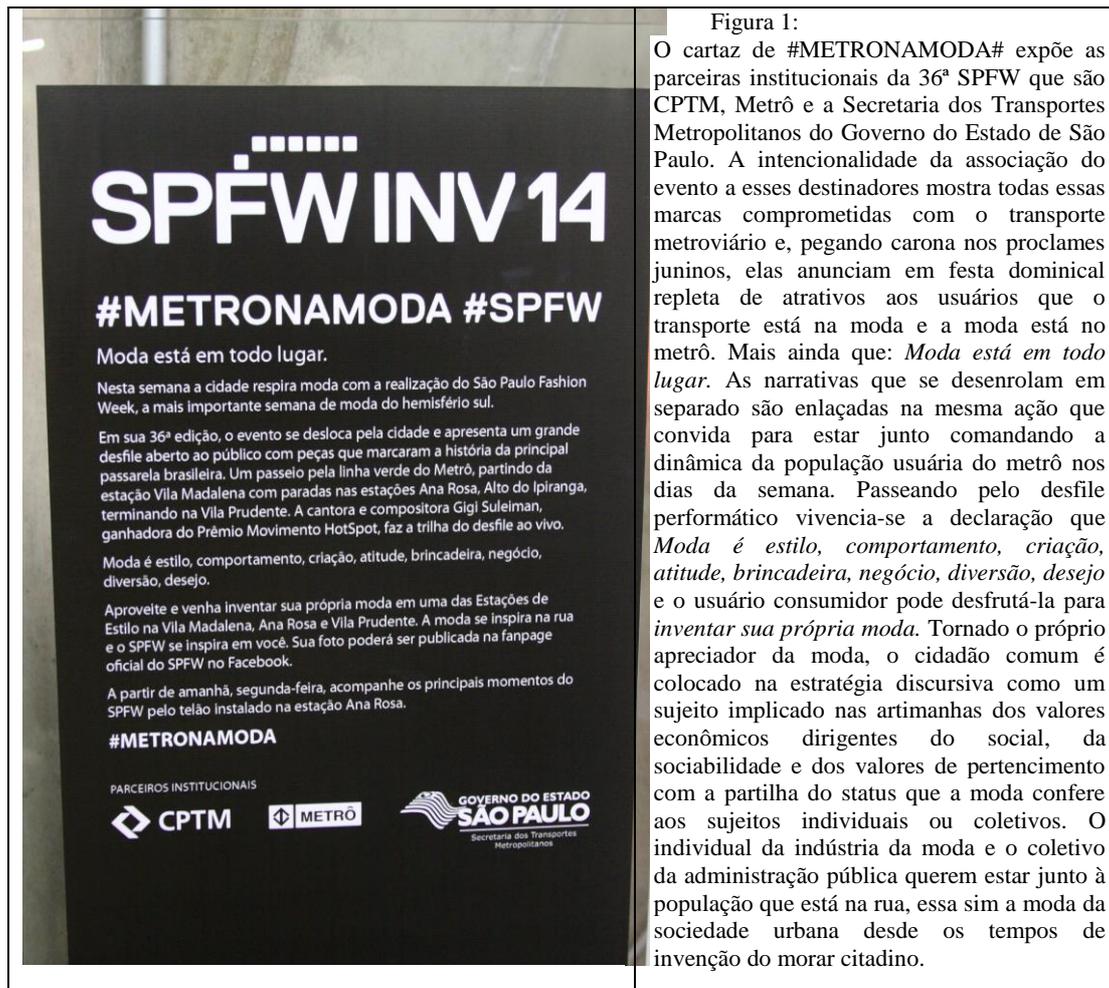


Figura 1:

O cartaz de #METRONAMODA# expõe as parceiras institucionais da 36ª SPFW que são CPTM, Metrô e a Secretaria dos Transportes Metropolitanos do Governo do Estado de São Paulo. A intencionalidade da associação do evento a esses destinadores mostra todas essas marcas comprometidas com o transporte metroviário e, pegando carona nos proclames juninos, elas anunciam em festa dominical repleta de atrativos aos usuários que o transporte está na moda e a moda está no metrô. Mais ainda que: *Moda está em todo lugar*. As narrativas que se desenrolam em separado são enlaçadas na mesma ação que convida para estar junto comandando a dinâmica da população usuária do metrô nos dias da semana. Passeando pelo desfile performático vivencia-se a declaração que *Moda é estilo, comportamento, criação, atitude, brincadeira, negócio, diversão, desejo* e o usuário consumidor pode desfrutá-la para *inventar sua própria moda*. Tornando o próprio apreciador da moda, o cidadão comum é colocado na estratégia discursiva como um sujeito implicado nas artimanhas dos valores econômicos dirigentes do social, da sociabilidade e dos valores de pertencimento com a partilha do status que a moda confere aos sujeitos individuais ou coletivos. O individual da indústria da moda e o coletivo da administração pública querem estar junto à população que está na rua, essa sim a moda da sociedade urbana desde os tempos de invenção do morar cidadão.

Mas seria o metropolitano como está anunciado pelo SPFW o palco de encenação da *moda que está em todo lugar*? Bastaria acompanhar "os principais momentos pelo telão instalado na Estação Ana Rosa", no Bairro da Vila Mariana, para se tornar um sujeito cidadão que "inventa a sua própria moda"? A promessa de ter a foto publicada na fanpage oficial do SPFW no Facebook oferece que modalidades cognitivas para o sujeito comum transformar as suas ações? O que essa exposição oferece em termos de visibilidade e de identidade que o leva deseja e crer na sua possível mudança?

Pela acepção definidora do vocábulo "palco" é aquela parte do teatro na qual os atores representam papéis para ser vistos pelo público. É o palanque em que os corpos, com a sua fisicalidade, gestualidade, voz, vestimenta, adereço, penteado, maquiagem, atuam no corpo da cena com sua arquitetura e decoração abrigando as ações dos sujeitos. Mas, no caso da SPFW, esse palco fixo monta-se na estação somente na cena de abertura na Vila Madalena, pois no desenvolvimento ele está nas paradas da Ana Rosa, Alto Ipiranga e, na última cena, na Vila Prudente. Os palcos

mudam para as várias estações escolhidas para a parada do metrô. A sequência é pois a de um percurso narrativo do desfile performático da estação de inverno da moda que desfila pelas estações do metrô. Com o direcionamento da passarela indica-se que os sentidos vindos da Vila Madalena vão circulando de paragem em paragem numa metáfora da distribuição conceitual, de marcas e produtos da indústria da moda que culmina um ciclo no lançamento das 26 coleções.

A noção qualificante de trânsito como passagem fluída entre pontos é a definidora de mobilidade. E não deixa de ser paradoxal que a São Paulo do ritmo acelerado, da pressa, da cidade que não pode parar, há décadas tornou-se um slogan da São Paulo do passado, enquanto o da atualidade, proclamado pelo poder público, é a São Paulo do VIVA TUDO ISSO!<sup>3</sup>. O indefinido abarca também os engarrafamentos sem fim que acarretam a imobilidade da cidade mensurada em quilometragem. Em muito esses são efeitos de sentido resultantes de parcerias do poder público com a indústria automobilística aliado a um sistema de crédito com prestações a perder de vista, situação que desencadeou a prescrição de brasileiro não poder não ter um carro novo ou usado. Em todos os aspectos institucionalizado como uma moda brasileira de visibilidade da ascensão social, que supera a dimensão prática e a da necessidade e foi elevado a emblema do governo federal e de suas alianças com o capital privado com o propósito de garantir a sua sustentação no poder. O número de veículos em São Paulo segundo o IBGE<sup>4</sup>, para uma população de 12 milhões de habitantes correspondem 7 milhões de veículos, sendo 5 milhões de automóveis, 800 mil motocicletas e 50 mil ônibus que trafegam por cerca de 65.000 logradouros, entre suas ruas, avenidas, praças, viadutos, etc.<sup>5</sup>. Sem novas implementações viárias e nos transportes públicos férreos principalmente a lentidão tomou lugar da aceleração. Enfim, a cidade atesta os seus limites de saturação e produz o maior superavit de um consumo do tempo e de energias vitais. A imobilidade dos seres moventes aprisionados em seus carros tem como compensação máquinas cada vez mais equipadas de mobilidade através das redes sociais.

Uma imobilidade disfórica que se choca com a mobilidade eufórica, mas é aí que a estratégia da 36ª SPFW instala uma estratégia de risco que não parece ter sido

---

<sup>3</sup> A. C. de OLIVEIRA, "Viva tudo isso! São Paulo" em *Caderno de textos do XVIII Colóquio do Centro de Pesquisas Sociosemióticas*. São Paulo, Ed. CPS, 2012.

<sup>4</sup> <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=355030&search=||infogr%E1ficos:informa%E7%F5es-completas>

<sup>5</sup> [http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/cultura/arquivo\\_historico/acervos/index.php?p=6974](http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/cultura/arquivo_historico/acervos/index.php?p=6974)

inteiramente considerada pelos organizadores que sempre exploram a feira como inovação. Claro que é inovador associar-se às movimentações que reclamam melhores condições de transporte, afinal a forma de manifestar-se nas ruas entrou na moda com as manifestações juninas, porém, considerando tudo o mais que essa forma de reivindicação dos direitos dos cidadãos implica ela é mesmo interessantes que esteja associadas à indústria da moda ?

A mobilidade buscada pela população esbarra assim na concentração da locomoção pelos transportes rodoviários. Esses tiveram seus ritmos desacelerados e o sistema rodoviário só possibilita uma circulação lenta. Tem-se assim uma total inversão semântica e outro sentido do termo é atualizado: o de mobilidade enquanto deslocamento de indivíduos, ou grupos, ou de traços da cultura mesma na sociedade. Mas aonde leva essa mobilidade com dom da ubiquidade? Nada dá mais visibilidade a esse estado do que à noitinha na hora do rush, que impõe a máxima lentidão, portanto uma desaceleração da urbes, observar que cada interior automotivo individual ou coletivo pontua interações sociais pelo cromatismo azulado das mídias locativas. Entretido pela animação patêmica da imersão nas redes sociais, o corpo físico deixa de sentir que está estacionado na via parada, pois seus digitos, e não o exterior combustível dos motores a gasolina e etanol, o põem em movimentação. A situação é como se o sujeito que está parado pudesse sentir o efeito de sentido cinético ao mover-se em navegações sem fim pelo ciberespaço. Mas ele está parado no carro, que está na rua, lugar público da circulação nas cidades. Não é pois sem consequências esse uso ilusório do corpo que os produtos tecnológicos com alto índices de vendas propiciam. Ao promover efeitos de sentido de continuidade aos cidadãos, eles mostram a sobreposição da repercursão euforizante sobre a disfórica. Esse fato nos faz indagar até quando essa sobreposição de valores poderá prevalecer sem uma rebeldia geral? Ou estaria de algum modo a produção do conformismo midiático controlando a situação?

Ainda atualizando uma outra acepção semântica mobilidade quer dizer a facilidade que os homens e animais têm de produzir mudanças na fisionomia. No presente caso a facilidade com que a moda oferta recursos aos viventes que a consomem vale o quanto pagam pelo fato dela mostrar-lhes que ela mantém suas competências de promover mudanças na aparência. A inconstância e a volubilidade da moda estão pois atualizadas plenamente como motor da indústria da moda.

## Valores da (i)mobilidade na passarela metropolitana

Com cor acinzentada do cimento as paredes internas do metrô de São Paulo expõem a sua própria materialidade no cromatismo desse mundo cinza envernizado que recebe apenas um tênue corte de sua extensão na altura média da verticalidade do pé direito que é atravessada pela linha verde da sinalética localizadora da linha de metrô. Os corredores de entrada a esse mundo interior do subsolo de São Paulo conduzem aos patamares da bilheteria, que vão distribuir-se em caminhos que levam a outros no movimento descendente e ascendente da orientada circulação. Pelas escadarias ou escadas rolantes, em filas, os usuários são conduzidos pela rítmica compassada da multidão das plataformas de acesso à estação até os trens.

No ir e vir das locomotivas argêntas, com a sonoridade indicativa de suas portas ao abrir e fechar, o vagão é adentrado por 40 modelos masculinos e femininos, mais um tanto de fotógrafos e jornalistas. Novo ato da cena pública paulistana, por meio do qual a locomoção propriamente dita da população, a mobilidade, é refuncionalizada ao ser colocada como centro das atenções dos usuários dessa linha do metrô que atravessa a Avenida Paulista, emblemas dos emblemas da pressa e da aceleração de São Paulo e dos paulistanos, do sucesso e da cidade das indústrias, dos negócios, do imobiliário, que produziram as riquezas que fizeram de São Paulo a metrópole global sulamericana.



Figura 2: No céu aberto, a mais representativa via da cidade, a Avenida Paulista, é dos paulistanos e dos habitantes do Estado de São Paulo. Avenida emblema das conquistas da e do capital, essas estão talhadas nas formas e materiais dos edifícios como se ali estivessem para a edificação de sua imagem conceito. A São Paulo da verticalidade é na Paulista uma descoberta do modo de existir que concretiza o *Non Ducor Duco* de seu emblema. Além de presentificar a distinção conferida pela diversidade constitutiva de São Paulo.<sup>6</sup>

Foto: Panorâmica Avenida Paulista - Thuany Santos.

Os destinadores parceiros não conseguem esconder a ação projetada que convocam nesta ocupação do *Metronamoda* que os vai conjungir nos espaços dos meios de comunicação agendados para dar uma cobertura total a todos os poderes Estadual, Municipal e da Moda. Cobertura também pela soma vultuosa que essa feira de negócios da indústria da moda proporciona ao município fazendo justificativa ao

---

<sup>6</sup> Fotografia *Panorâmica Avenida Paulista* de Thuany Santos que autorizou o uso para essa publicação.

simbólico que nomeia São Paulo como capital da moda. A glória de São Paulo desfila na Avenida a céu aberto, no subsolo do metropolitano sendo ambas coroadas pelo desfile de moda da maior feira das Américas. Uníssonos eles visam tornar-se visto como o sujeito que provoca perplexidade ao travestir-se com as ações que produzem estupefações. No traslado do fenômeno da passarela de moda para o da mobilidade do metropolitano, os lançamentos das coleções de moda da 36ª SPFW abrem-se à mobilidade da e na cidade.

A monotonia da repetição configura a rotina diária das pessoas que esvai o sentido do vivido, entretanto, ao mesmo tempo que essas repetições são processadas automaticamente elas liberam as pessoas do pensar como operam sobre as coisas, objetos, suas vidas, deixando-lhe tempo para seu pensamento vagar, seus sonhos tomarem formas e a imaginação construir novos mundos. Não esperando conformadamente o inesperado milagroso, mas fazendo de cada gesto um pequeno arranjo renovado de sentidos é que escapatórias da mesmice são alinhavadas para uma cidade mais significativa na vida dos habitantes (Greimas, 1987). Cada um esquece as preocupações, desvia o pensamento da rota a percorrer, infiltra-se em novos pensamentos, seres, mundos e o passageiro só tem olhos para querer ver o novo que invadiu o seu ato de circular pela urbe. O novo da moda é coincidentemente o novo em cada viver. Algo inesperado, descontínuo que irrompe a continuidade e produz efeitos de sentido de mudança fazendo com que o sentido de moda enquanto descontinuidade sazonal da sintagmática para vestir-se manifeste-se concretamente como novidade. O novo carregado de sentidos chama a atenção e, pela volição, ele convoca o público a acompanhar o desfile.

Questões de semântica, sem dúvida, mas que põem em discussão o que a moda faz irromper no dia a dia das pessoas. Do sempre igual ao eterno diferente, a moda é posta como uma ruptura na continuidade que faz sentir o seu operar definidor. E dos palcos que se tornam algumas estações cada ser desfila em tantos palcos mais no seu viver. Mas é possível desfilar na vida usando esta moda anunciada? É para ser usada no corpo do cidadão comum ou só como estimuladora do revigoramento do espírito metropolitano?

### **O acontecimento desfile**

Para formar o público que vai assistir o desfile, um show foi preparado como modo de entreter e fazer os viajantes esperarem por algo diferente da normalidade que

já é prenunciado com o show de música. Os usuários apreciam nos seus trajes do dia a dia a cantora e compositora Gigi Suleiman e registram com seus celulares o show inabitual que são postos em co-presença. Todos são convidados a repercutir em seus contatos o acontecimento que são implicados pois ocorre em sua ambiência e eles se tornam actantes da narrativa recebendo papéis de reporters, de figurantes, deles menos enquanto usuários do metrô.



Figura 3: A entrada na estação faz-se junto a de músicos, modelos e de todo o aparato dos que trabalham na preparação do desfile. O passageiro é um desses e vai ter de assumir o seu lugar em cena. Os olhares dispersos que vagueiam por todos os lados encontram um centro no show ao vivo de Gigi Suleiman no palco da Estação Vila Madalena.

Do acompanhamento do show, o público vai deparar-se com a plataforma transformada em camarins e algumas das operações de preparo para o desfile têm lugar com a equipe de produção concentrada na colocação de adereços, retoques de maquiagens, penteados, alinhamentos e retoques últimos das vestimentas e das modelos. A movimentação diferente da usual é notada do interior dos vagões em circulação, alguns com curiosidade aguçada, descem na Estação Vila Madalena para ver que burburinho é esse. Já são muitos que se espremem na plataforma de espera do transporte e conseguiu-se formar uma pequena multidão que mostra reconhecimento do valor da moda.

Enquanto a hora do embarque não soa com a chegada do vagão para a viagem, esses personagens principais são mostrados no estado de preparação e encenam no

seu preparo para o desfile o que é ocultado e apenas é visto como produto final estampado pelas modelos como se todos os elementos de maquiagem, penteados e moda lhe fossem inerentes.



Figura 4: Um conjunto de ações de preparo das modelos descortinam todos os preparativos normalmente feitos no camarim fechado. O privado é tornado público. É como um terceiro cujo papel é observar a preparação do desfile que cada passageiro é implicado no desfile que na estação está no seu primeiro ato e vai logo seguir encenado nos vagões e outras estações escolhidas da linha verde do metropolitano de São Paulo.

Tudo pronto e as modelos põem-se em fila indiana na plataforma rumo ao grande ato do desfile que se realizará nos vagões metroviários. E, lado a lado à população, os quarenta corpos se dão a ver em todas as dimensões. Sem proferir palavras, acompanhados pela sonoridade do musical e de toda movimentação na imobilidade do vagão cheio durante o trajeto toda ordem do lugar ocorre desencadeando uma quebra da rotina que capta a atenção dos passageiros e os coloca disponíveis para receber os lançamentos desfilados.

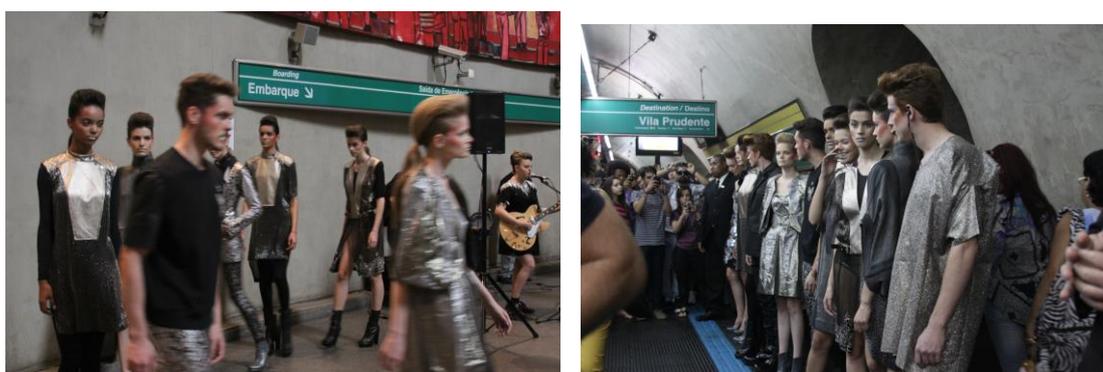


Figura 5: Penteados, maquiagens, sapatos e adereços como brincos e chapéus brilham com as roupas distintas em exposição. O grupo de modelos se põe em movimentação para adentrar como todo e qualquer passageiro o vagão na parada do trem na estação Vila Madalena.

Embarcados na plataforma estão as modelos vestidas com roupas que são tudo menos moda para se vestir no aperto diário do metropolitano e para o trabalho em atividades diversas das ocupações das pessoas. Entre espanto das pessoas comuns, as modelos tomam lugar nos lugares do vagão.



Figura 6: Como passageira a modelo vê a passagem pelos lugares e observa outros sujeitos circulando enquanto ela está pousada no banco que suas vestimentas fazem seu corpo ocupá-lo inteiramente. A modelo aí está para ser vista pois é a visibilidade que faz a moda existir. Ela abusa do seu lugar de ação e, aparentando indiferença ao ser admirada, ela assiste a todas as expressões que seu ato desencadeia nos outros passageiros. Não mais sentada no banco mas nele esticada ela pousa sabendo-se centro dos olhares.





Figura 7: Na espera da plataforma, o desfile das modelos postadas para serem vistas e contempladas. Como auréolas, o arranjo do corpo ergue a cabeça na centralidade da vertical e, com o antebraço erguido, as mãos seguram firme para sustentar no alto o corpo nos balanços do trem movente, nos solavancos do parar e andar, no equilíbrio instável dos corpos justapostos. Cada modelo por sua altura acima da média que ainda é mais aumentada pelos enfeites da cabeça, nas suas posições junto aos passageiros mostra-se um deles, mas acima deles. Eis a concretização do valor de moda enquanto distinção dominando a cena.

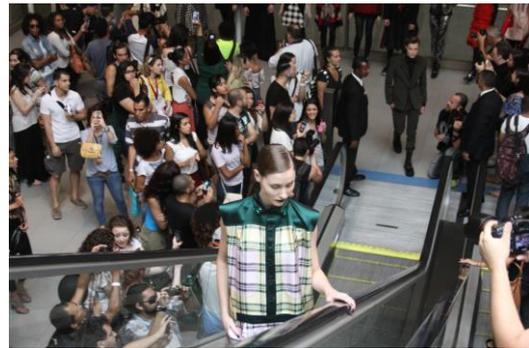
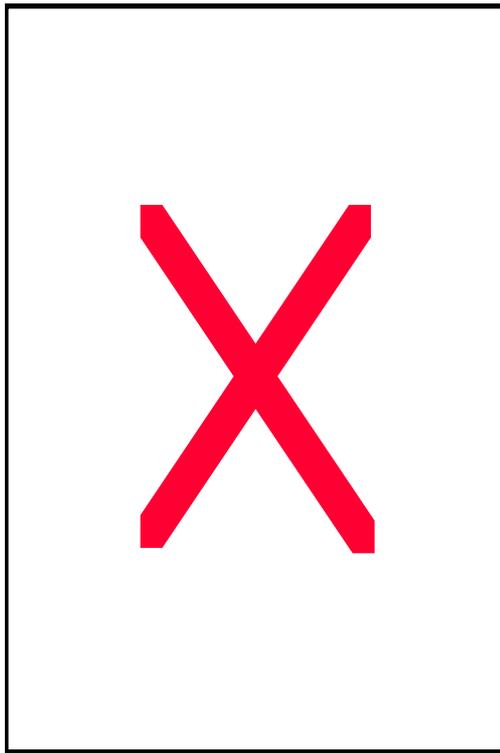
As cabeças crescem os corpos magros para o alto e o volume das roupas os expandem pelas laterais atualizando que moda é construção do corpo que é traçado e retraçado para ser sempre distinto e distintivo. Para o alto e para o lado, é graças à moda que é atestado que o corpo veste as cores e formas em sua topologia que anunciam os últimos lançamentos a ser seguidos.

Nos percursos de saída do vagão, passagem pela plataforma, percursos ascendentes e descendentes pelas escadas rolantes, no cenário do próprio metropolitano com sua sinalética, com o projeto arte no metrô, realizado desde a última década do século XX, com sua arquitetura e movimentação pela urbe.



Figura 8 : Da imersão no subsolo à volta ao solo, as dependências do metropolitano mostram-se ricas em angulações para fazer ver os proclames da moda. O inesperado da ocorrência está prestes a deixar o cenário do metrô e a experiência dominical vai dar assunto e resignificou os que a viveram.

O retorno à rua é o retorno ao palco de encenação da vida de todo o dia. Da moda como um grande acontecimento falarão as pautadas mídias que dão cobertura aos tantos desfiles da nova estação. A espetacularização tramada da indústria de moda mostra como ela é orientada para convencer e levar à adesão aos proclames da moda.



Figuras 9: As escadas rolantes na descida e na subida de um patamar a outro são muito mais do que lugar de acesso e são transformadas em passarelas nas quais modelos e o que elas vestem: peças da coleção de um estilista, são dadas a ver em total visibilidade aos viajantes que também foram transformados em público alvo.

## Reescrituras

A experiência desse percurso no metropolitano com o desfile da 36ªSPFW é um acontecimento da ordem do inesperado para a população usuária que faz o curso da trajetória da linha de transporte. Um encontro imprevisível, ele não somente quebra a rotina mas a ocorrência renova as ações que cotidianamente aí ocorrem e interfere na narrativa repetitiva. No mesmo lugar em que ocorre a viagem dos passageiros da Linha Verde no trajeto Vila Madalena a Vila Prudente, a viagem programada a ocorrer o destinador composto por 36ªSPFW, CPTM, Metrô e a Secretaria dos Transportes Metropolitanos do Governo do Estado de São Paulo coloca na cena uma narrativa outra que dá a ver modelos vestidos pelos lançamentos de moda que desfilam na rota das vias do metrô, e exalta a armação no aqui e agora para aprontar os modelos, iluminar retoques na maquiagem, na roupa, no sapato, nos modos de caminhar. O caminhar de sujeitos anônimos é desviado de seus passos habituais e esses passam a caminhar a partir dos passos dos modelos. Os passageiros

lhes dão seus lugares e assumem, além de papéis de observador e até de contemplador, papéis de repórter, de fotógrafo, jornalista das redes sociais na qual noticia os atos da cidade. A figuratividade desses outros passageiros, os modelos, traz à cena das estações e dos vagões do metropolitano, que eles estão aí enquanto atores e assumem o lugar e tempo dos passageiros em uma reconfiguração de como se vestem. Assumindo que o que veste um corpo, a roupa, é um dos elementos que faz ser o sentido do sujeito, sua significação no mundo, os modelos estão em ato fazendo os passageiros, enquanto platéia então, sentirem enfaticamente o que eles podem transformar-se vestindo-se na moda. Na medida em que as modelos desfilam na ambientação dos usuários no metrô transladam a eles seus sentidos. O usuário vislumbra o modo de transformar-se vestido pela moda.

De trajetória de sujeitos anônimos à passarela de modelos e criadores de moda a mudança não ocorre na construção plástica do metropolitano mas na quebra da função primeira do meio de transporte e também na quebra dos sentidos do vestir-se. Sem toques ou retoques a locomoção ordinária é inteiramente da ordem da invisibilidade dos que se apinham uns sobre os outros. Inversamente, sobrevalorizada pelos holofotes da visibilidade que os clicks sem pausa dos fotógrafos glamorizam nos instantâneos, os que desfilam são considerados como singulares e únicos. Os atributos da moda assumem a ambientação e eles vão destacar distintivamente os modelos pelo que eles vestem e como vestem as roupas do lançamento de moda.

Mesmo sem nenhuma mudança no aparato viário do metropolitano e dos trens, a mudança dos sujeitos vai requalificar a ambientação também a distinguindo de outros lugares. O glamour emprestado ao transporte sobre trilhos centra-se na ação do tipo performático que a feira de moda aí localizou tomando para si a axiologia do próprio metrô. O valor máximo da mobilidade, da aceleração, a moda quer tomá-los emprestado para compartilhar seus semantismos e esses valores adicionarem-se aos da moda e a redefinirem. Típico de um final de semana em que a rotina de todos os passageiros é quebrada pois cada um faz alguma outra coisa na sua vida além de trabalhar e sai para passear; cada um se sente mais relaxado, liberado da hora certa, dos compromissos; cada um faz por merecimento, por mero prazer e gozo que promove o desfrute do percurso no metropolitano por mero nele estar. Atualizam-se assim uma gama de outros sentidos para o uso do metrô que não são cotidianamente entrevistados.

No seu interpor-se no tempo e espaço dos destinatários, o desfile de moda veicula também que os destinadores ofertam essa promoção sem acréscimo algum ao preço do bilhete a quem ocorrer de pegar o metropolitano. Proposto no lugar comum como uma dádiva, o desfile vai quebrar os parâmetros dos modos de significar pois ele deixa de ter o sentido fechado e repertoriado para fazer sentido em ato. Para colocar-se próximo ao público consumidor, o destinador do desfile coloca os lançamentos das coleções junto à população e mais ele faz o usuário contatar a moda que antes só via folheando as páginas de revistas ou acompanhando desfiles na televisão. A proximidade com as novas da produção da indústria da moda inteiramente da ordem do imprevisível produz alumbramento que repercute muito além do flagrar o corpo da moda, mas proporcionando a redescoberta de que todos têm um corpo movente e a moda é movente também pela movimentação que engendra e que a define. Assistimos assim o mecanismo da reescritura a partir de novas semantizações investidas na mesma expressão. O recobrir semântico propicia então adensamento e complexificação do sentido.

Como enfatizamos ao longo dessa abordagem o metropolitano é o meio de transporte mais valorizado na mobilidade urbana, e ele principalmente é o lugar cotidiano, no qual a população com o seu corpo desfila. Nestes termos, ao vivenciar que onde o seu corpo se move também pode ser visto como a sua passarela performática, cada sujeito é levado a refletir sobre o seu próprio desfile no seu mundo.

Que sentidos tem o desfilar das passarelas para a rua<sup>7</sup>? E da rua para o metrô? Quando a população desce pelas escadas mais e mais aprofundando-se até chegar ao patamar dos trilhos, o que essa imersão faz sentir? Quando espera o trem na plataforma, cada sujeito não só espera o veículo de locomoção. Porém, espera muito, muito mais e as suas esperas e expectativas aí têm lugar.

A mobilidade é uma experiência de cidade que conduz a várias meditações nas quais entrecruzam mobilidade com lentidão e encaminham a pensar esses vetores

---

<sup>7</sup> Retomo aqui, por um lado, as inventivas performances-desfiles enlaçando *Moda e Literatura* organizadas por Jô Souza na Avenida Paulista que culminavam na Livraria Cultura, o destinador que reitera o sentido da criação e de criadores literários nos livros que comercializa. De outro lado, os trabalhos impactantes de deslocamento das passarelas para resignificar a moda, o criador, a marca, Souza analisa em seu Mestrado que vale uma leitura para informar-se sobre o uso estratégico do mecanismo de produção de sentido centrado em modos de reescritura dessa produção e dos seus mecanismos cf. "Desfile de moda nos espaços da cidade. Abordagem semiótica dos regimes de visibilidade, de identidade, de interação e de sentido", Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PEPGComunicação e Semiótica, 2011, sob minha orientação.

como mobilidade e imobilidade, polos opositivos como o é moda e fora da moda. Eis os modos opostos de dizer cada sujeito, a cidade de São Paulo, que a 36 SPFW atualiza.

Nos espaços de São Paulo a população encontra-se imbricada no tempo de seu viver situado no contexto sócio-econômico-cultural. A aceleração de outros tempos também ainda vigora, mas freada pela lentidão. Esse contexto de alerta impõe uma reflexão mais aprofundada sobre a presença insidiosa e fortemente imperiosa da racionalidade global que está sendo forçada a se reestruturar com os embates e movimentos da ordem local.

A reescritura das passarelas do desfile de moda nos trilhos do metrô assinala no fenômeno da moda, mas igualmente no fenômeno da mobilidade, com o envolvimento de todos esses diferentes destinadores envolvidos na ação publicitária e de marketing estudada, uma tentativa de abarcar semantismos de glocalidade com uma atenção reflexiva voltada para onde vai São Paulo. Nem cidade planetária, nem província de Piratininga, a São Paulo da atualidade, sua população, setores da indústria da moda, da comercialização, de serviços, como o setor de transporte, entre outros, todos esses estão enfrentando desafios para encontrar saídas comerciais, financeiras e sociais, enfim, saídas existenciais, saídas de modos de viver a vida e estar em presença de uma São Paulo que faça sentido para a população.

Não está sendo nada fácil encontrar como reescrever São Paulo e a população no momento atual da vida planetária que a economia nos envereda a segui-la. A 36ªSPFW fez a tentativa de reescritura desta indústria aliando-se aos seus parceiros o Estado e o Município. A parceria atesta o volume de negócios entorno da moda e como cabe ao poder público assumir para si o estar junto com o poder privado. Os horizontes estão se delineando, mas paradoxalmente eles apressam-se lentamente, talvez, como cada um dos viventes da megalópole.

Assim a 36ªSPFW marca um sinal dos tempos contemporâneos que não podemos deixar de nos debruçar sobre ele com muita atitude reflexiva enquanto ainda dizem que moda é só questão de sedução.

Quem não estava no desfile da 36ªSPFW, pôde saber dele mediado pelas reportagens em todos os jornais, revistas, telejornais, emissões de rádio, nas redes sociais. Quem esteve aí pôde estar na confluência de uma das mais importantes problemáticas das práticas de vida de São Paulo, que tem seu nódulo central na

(i) mobilidade que tentamos desenvolver como uma questão política e sócio-econômica e que não pode não ser tratada enquanto fora dessa complexidade.

Beirando o colapso pela diminuta expansão são os trens que nos mostram que nos seus territórios não cabem mais corpos. Esses corpos asujeitados estão cada vez mais contidos e encolhendo-se a ponto de emergir formas de revolta a tamanha coersão. As manifestações aumentaram com a reivindicação de mais espaços público, mais locomoção, mais saúde, mais educação e muito mais proclames da população para estar e ser um sujeito participante de uma vida melhor na metrópole. A 36ª SPFW aproveitou essa onda reivindicatória para mostrar que também a indústria da moda reivindica mais espaços nos negócios da cidade e do país, assim como para reivindicar reconhecimento pelo lugar que ocupa na economia e no social com as suas taxas de criação de empregos. Uma vez assumida São Paulo como capital da moda inserindo-se nos trilhos da mobilidade urbana, a 36ª SPFW conseguiu também um modo de politizar as reivindicações do direito à moda e de assumir sua importância na cotidianidade das práticas de vida dos habitantes. Assim, mostrar-se em desfile no transporte público metroviário da cidade é uma estratégia para ser reconhecida como integrante da dinâmica da vida paulistana e brasileira.

#### **Coluna Interrelações:**

#### **Moda, Cidade, Economia, Indústria, Comunicação, Política, Semiótica**

**ANA CLAUDIA DE OLIVEIRA**

#### **36ª SPFW, reescritura da moda nos trilhos da mobilidade**

Na paulicéia, no transcurso da 36ª São Paulo Fashion Week, ocorrida de 28 de outubro a 01 de novembro de 2013, o Parque Villa Lobos abrigou 26 desfiles. Não dessa totalidade mas exclusivamente do desfile performático é que essa coluna vai se deter em abordar uma vez que essa feira de moda armou uma rota de coalisão com a cidade e a população de São Paulo, rota essa que cruza justamente a do projeto de pesquisa temático: "Práticas de vida e produção do sentido na metrópole. Regimes de visibilidade, regimes de interação, regimes de reescritura", que desenvolvo junto a trinta e oito pesquisadores com o apoio da FAPESP (2011-2014).

Fazendo uma incursão na própria vida urbana, o evento da Fashion Week do segundo semestre de 2013 voltou-se não somente ao segmento de público dos

habitados a frequentar os desfiles de moda, aquele com convites à mão, um seletor público que se dirige ao endereço determinado e é encaminhado do acesso de entrada com a identificação de seu convite até a fileira em que ocupa o seu lugar. Da primeira fila à última, esse local do espetáculo é milimetricamente valorizado e cada presente no evento vale pelo seu posicionamento espacial. A relevância do público segmentado para a construção axiológica do evento é atestada já no entorno da sede dos desfiles, na qual se alocam jornalistas de todas as mídias e fotógrafos com suas câmeras pautadas para capturar flagrantes dos frequentadores, gente renomada pelo uso, difusão e criação da moda.

Em ano que as ruas estão na moda lançada desde as manifestações juninas com o movimento Passe Livre, seguida de um rol de manifestações que ainda participamos, nada mais oportunista do estar em voga do que os próprios lançamentos da moda deixar o espaço privado e adentrar o espaço público. Não qualquer um desses mas o especial da mobilidade urbana que o metropolitano da cidade de São Paulo expõe como um dos seus emblemas distintivos. A mobilidade é proclamada como o maior problema da megalópole São Paulo, mas também um dos seus mais valiosos valores no que tange políticas públicas estaduais e municipais.

Entretanto, perguntamos essa axiologia tão sócio-política seria passível de uma operação de transposição para a moda? Estaria a maior feira de moda do país e da América Latina, aspirando incorporar que sentidos ao abrir a sua temporada lançada na circulação urbana? Refletir sobre essa translação de valores é o objetivo deste presente artigo que interconecta moda, urbanidade, sociabilidade, comunicação, publicidade, marketing, política, indústria e semiótica, assim como objetiva analisar os mecanismos estratégicos do "fazer fazer fazendo sentir" o *Metronamoda*<sup>8</sup> ao dele a população comum participar por estar implicada presencialmente no desfile de moda no metrô.

### **Estratégias dos destinadores de *Metronamoda***

Das doze linhas do metropolitano a porta de entrada da estratégia de abertura da SPFW foi a da estação da Vila Madalena. Bairro da moda gastronômica, dos ateliers de costura e lojas alternativos, dos becos com grafites emblemáticos da

---

<sup>8</sup> As fotografias do desfile da 36ª SPFW usadas nesse artigo são de autoria de Everaldo Silva, que autorizou o uso dos seus registros do evento.

cidade, a Linha Verde, que tem também a nomeação numérica correspondente Linha 2, foi ela a escolhida para ser transformada em palco da passarela de 14 km de moda.



SPFW INV 14

#METRONAMODA #SPFW

Moda está em todo lugar.

Nesta semana a cidade respira moda com a realização do São Paulo Fashion Week, a mais importante semana de moda do hemisfério sul.

Em sua 36ª edição, o evento se desloca pela cidade e apresenta um grande desfile aberto ao público com peças que marcaram a história da principal passarela brasileira. Um passeio pela linha verde do Metrô, partindo da estação Vila Madalena com paradas nas estações Ana Rosa, Alto do Ipiranga, terminando na Vila Prudente. A cantora e compositora Gigli Suleiman, ganhadora do Prêmio Movimento HotSpot, faz a trilha do desfile ao vivo.

Moda é estilo, comportamento, criação, atitude, brincadeira, negócio, diversão, desejo.

Aproveite e venha inventar sua própria moda em uma das Estações de Estilo na Vila Madalena, Ana Rosa e Vila Prudente. A moda se inspira na rua e o SPFW se inspira em você. Sua foto poderá ser publicada na fanpage oficial do SPFW no Facebook.

A partir de amanhã, segunda-feira, acompanhe os principais momentos do SPFW pelo telão instalado na estação Ana Rosa.

#METRONAMODA

PARCEIROS INSTITUCIONAIS

CPTM METRÔ GOVERNO DO ESTADO SÃO PAULO Secretaria dos Transportes Metropolitanos

Figura 1:  
O cartaz de #METRONAMODA# expõe as parceiras institucionais da 36ª SPFW que são CPTM, Metrô e a Secretaria dos Transportes Metropolitanos do Governo do Estado de São Paulo. A intencionalidade da associação do evento a esses destinatários mostra todas essas marcas comprometidas com o transporte metroviário e, pegando carona nos proclames juninos, elas anunciam em festa dominical repleta de atrativos aos usuários que o transporte está na moda e a moda está no metrô. Mais ainda que: *Moda está em todo lugar*. As narrativas que se desenrolam em separado são enlaçadas na mesma ação que convida para estar junto comandando a dinâmica da população usuária do metrô nos dias da semana. Passeando pelo desfile performático vivencia-se a declaração que *Moda é estilo, comportamento, criação, atitude, brincadeira, negócio, diversão, desejo* e o usuário consumidor pode desfrutá-la para *inventar sua própria moda*. Tornando o próprio apreciador da moda, o cidadão comum é colocado na estratégia discursiva como um sujeito implicado nas artimanhas dos valores econômicos dirigentes do social, da sociabilidade e dos valores de pertencimento com a partilha do status que a moda confere aos sujeitos individuais ou coletivos. O individual da indústria da moda e o coletivo da administração pública querem estar junto à população que está na rua, essa sim a moda da sociedade urbana desde os tempos de invenção do morar cidadão.

Mas seria o metropolitano como está anunciado pelo SPFW o palco de encenação da *moda que está em todo lugar*? Bastaria acompanhar "os principais momentos pelo telão instalado na Estação Ana Rosa", no Bairro da Vila Mariana, para se tornar um sujeito cidadão que "inventa a sua própria moda"? A promessa de ter a foto publicada na fanpage oficial do SPFW no Facebook oferece que modalidades cognitivas para o sujeito comum transformar as suas ações? O que essa exposição oferece em termos de visibilidade e de identidade que o leva deseja e crer na sua possível mudança?

Pela acepção definidora do vocábulo "palco" é aquela parte do teatro na qual os atores representam papéis para ser vistos pelo público. É o palanque em que os corpos, com a sua fisicalidade, gestualidade, voz, vestimenta, adereço, penteado, maquiagem, atuam no corpo da cena com sua arquitetura e decoração abrigando as

ações dos sujeitos. Mas, no caso da SPFW, esse palco fixo monta-se na estação somente na cena de abertura na Vila Madalena, pois no desenvolvimento ele está nas paradas da Ana Rosa, Alto Ipiranga e, na última cena, na Vila Prudente. Os palcos mudam para as várias estações escolhidas para a parada do metrô. A sequência é pois a de um percurso narrativo do desfile performático da estação de inverno da moda que desfila pelas estações do metrô. Com o direcionamento da passarela indica-se que os sentidos vindos da Vila Madalena vão circulando de paragem em paragem numa metáfora da distribuição conceitual, de marcas e produtos da indústria da moda que culmina um ciclo no lançamento das 26 coleções.

A noção qualificante de trânsito como passagem fluída entre pontos é a definidora de mobilidade. E não deixa de ser paradoxal que a São Paulo do ritmo acelerado, da pressa, da cidade que não pode parar, há décadas tornou-se um slogan da São Paulo do passado, enquanto o da atualidade, proclamado pelo poder público, é a São Paulo do VIVA TUDO ISSO!<sup>9</sup>. O indefinido abarca também os engarrafamentos sem fim que acarretam a imobilidade da cidade mensurada em quilometragem. Em muito esses são efeitos de sentido resultantes de parcerias do poder público com a indústria automobilística aliado a um sistema de crédito com prestações a perder de vista, situação que desencadeou a prescrição de brasileiro não poder não ter um carro novo ou usado. Em todos os aspectos institucionalizado como uma moda brasileira de visibilidade da ascensão social, que supera a dimensão prática e a da necessidade e foi elevado a emblema do governo federal e de suas alianças com o capital privado com o propósito de garantir a sua sustentação no poder. O número de veículos em São Paulo segundo o IBGE<sup>10</sup>, para uma população de 12 milhões de habitantes correspondem 7 milhões de veículos, sendo 5 milhões de automóveis, 800 mil motocicletas e 50 mil ônibus que trafegam por cerca de 65.000 logradouros, entre suas ruas, avenidas, praças, viadutos, etc.<sup>11</sup>. Sem novas implementações viárias e nos transportes públicos férreos principalmente a lentidão tomou lugar da aceleração. Enfim, a cidade atesta os seus limites de saturação e produz o maior superavit de um consumo do tempo e de energias vitais. A imobilidade dos seres moventes

---

<sup>9</sup> A. C. de OLIVEIRA, "Viva tudo isso! São Paulo" em *Caderno de textos do XVIII Colóquio do Centro de Pesquisas Sociosemióticas*. São Paulo, Ed. CPS, 2012.

<sup>10</sup> <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=355030&search=||infor%EFicos:informa%E7%F5es-completas>

<sup>11</sup> [http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/cultura/arquivo\\_historico/acervos/index.php?p=6974](http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/cultura/arquivo_historico/acervos/index.php?p=6974)

aprisionados em seus carros tem como compensação máquinas cada vez mais equipadas de mobilidade através das redes sociais.

Uma imobilidade disfórica que se choca com a mobilidade eufórica, mas é aí que a estratégia da 36ª SPFW instala uma estratégia de risco que não parece ter sido inteiramente considerada pelos organizadores que sempre exploram a feira como inovação. Claro que é inovador associar-se às movimentações que reclamam melhores condições de transporte, afinal a forma de manifestar-se nas ruas entrou na moda com as manifestações juninas, porém, considerando tudo o mais que essa forma de reivindicação dos direitos dos cidadãos implica ela é mesmo interessantes que esteja associadas à indústria da moda ?

A mobilidade buscada pela população esbarra assim na concentração da locomoção pelos transportes rodoviários. Esses tiveram seus ritmos desacelerados e o sistema rodoviário só possibilita uma circulação lenta. Tem-se assim uma total inversão semântica e outro sentido do termo é atualizado: o de mobilidade enquanto deslocamento de indivíduos, ou grupos, ou de traços da cultura mesma na sociedade. Mas aonde leva essa mobilidade com dom da ubiquidade? Nada dá mais visibilidade a esse estado do que à noitinha na hora do rush, que impõe a máxima lentidão, portanto uma desaceleração da urbes, observar que cada interior automotivo individual ou coletivo pontua interações sociais pelo cromatismo azulado das mídias locativas. Entretido pela animação patêmica da imersão nas redes sociais, o corpo físico deixa de sentir que está estacionado na via parada, pois seus digitos, e não o exterior combustível dos motores a gasolina e etanol, o põem em movimentação. A situação é como se o sujeito que está parado pudesse sentir o efeito de sentido cinético ao mover-se em navegações sem fim pelo ciberespaço. Mas ele está parado no carro, que está na rua, lugar público da circulação nas cidades. Não é pois sem consequências esse uso ilusório do corpo que os produtos tecnológicos com alto índices de vendas propiciam. Ao promover efeitos de sentido de continuidade aos cidadãos, eles mostram a sobreposição da repercursão euforizante sobre a disfórica. Esse fato nos faz indagar até quando essa sobreposição de valores poderá prevalecer sem uma rebeldia geral? Ou estaria de algum modo a produção do conformismo midiático controlando a situação?

Ainda atualizando uma outra acepção semântica mobilidade quer dizer a facilidade que os homens e animais têm de produzir mudanças na fisionomia. No presente caso a facilidade com que a moda oferta recursos aos viventes que a

consomem vale o quanto pagam pelo fato dela mostrar-lhes que ela mantém suas competências de promover mudanças na aparência. A inconstância e a volubilidade da moda estão pois atualizadas plenamente como motor da indústria da moda.

### **Valores da (i)mobilidade na passarela metropolitana**

Com cor acinzentada do cimento as paredes internas do metrô de São Paulo expõem a sua própria materialidade no cromatismo desse mundo cinza envernizado que recebe apenas um tênue corte de sua extensão na altura média da verticalidade do pé direito que é atravessada pela linha verde da sinalética localizadora da linha de metrô. Os corredores de entrada a esse mundo interior do subsolo de São Paulo conduzem aos patamares da bilheteria, que vão distribuir-se em caminhos que levam a outros no movimento descendente e ascendente da orientada circulação. Pelas escadarias ou escadas rolantes, em filas, os usuários são conduzidos pela rítmica compassada da multidão das plataformas de acesso à estação até os trens.

No ir e vir das locomotivas argêntas, com a sonoridade indicativa de suas portas ao abrir e fechar, o vagão é adentrado por 40 modelos masculinos e femininos, mais um tanto de fotógrafos e jornalistas. Novo ato da cena pública paulistana, por meio do qual a locomoção propriamente dita da população, a mobilidade, é refuncionalizada ao ser colocada como centro das atenções dos usuários dessa linha do metrô que atravessa a Avenida Paulista, emblemas dos emblemas da pressa e da aceleração de São Paulo e dos paulistanos, do sucesso e da cidade das indústrias, dos negócios, do imobiliário, que produziram as riquezas que fizeram de São Paulo a metrópole global sulamericana.



Figura 2: No céu aberto, a mais representativa via da cidade, a Avenida Paulista, é dos paulistanos e dos habitantes do Estado de São Paulo. Avenida emblema das conquistas da e do capital, essas estão talhadas nas formas e materiais dos edifícios como se ali estivessem para a edificação de sua imagem conceito. A São Paulo da verticalidade é na Paulista uma descoberta do modo de existir que concretiza o *Non Ducor Duco* de seu emblema. Além de presentificar a distinção conferida pela diversidade constitutiva de São Paulo.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Fotografia *Panorâmica Avenida Paulista* de Thuany Santos que autorizou o uso para essa publicação.

Foto: Panorâmica Avenida Paulista - Thuany Santos.

Os destinadores parceiros não conseguem esconder a ação projetada que convocam nesta ocupação do *Metronamoda* que os vai conjungir nos espaços dos meios de comunicação agendados para dar uma cobertura total a todos os poderes Estadual, Municipal e da Moda. Cobertura também pela soma vultuosa que essa feira de negócios da indústria da moda proporciona ao município fazendo justificativa ao simbólico que nomeia São Paulo como capital da moda. A glória de São Paulo desfila na Avenida a céu aberto, no subsolo do metropolitano sendo ambas coroadas pelo desfile de moda da maior feira das Américas. Uníssonos eles visam tornar-se visto como o sujeito que provoca perplexidade ao travestir-se com as ações que produzem estupefações. No traslado do fenômeno da passarela de moda para o da mobilidade do metropolitano, os lançamentos das coleções de moda da 36ª SPFW abrem-se à mobilidade da e na cidade.

A monotonia da repetição configura a rotina diária das pessoas que esvai o sentido do vivido, entretanto, ao mesmo tempo que essas repetições são processadas automaticamente elas liberam as pessoas do pensar como operam sobre as coisas, objetos, suas vidas, deixando-lhe tempo para seu pensamento vagar, seus sonhos tomarem formas e a imaginação construir novos mundos. Não esperando conformadamente o inesperado milagroso, mas fazendo de cada gesto um pequeno arranjo renovado de sentidos é que escapatórias da mesmice são alinhavadas para uma cidade mais significativa na vida dos habitantes (Greimas, 1987). Cada um esquece as preocupações, desvia o pensamento da rota a percorrer, infiltra-se em novos pensamentos, seres, mundos e o passageiro só tem olhos para querer ver o novo que invadiu o seu ato de circular pela urbe. O novo da moda é coincidentemente o novo em cada viver. Algo inesperado, descontínuo que irrompe a continuidade e produz efeitos de sentido de mudança fazendo com que o sentido de moda enquanto descontinuidade sazonal da sintagmática para vestir-se manifeste-se concretamente como novidade. O novo carregado de sentidos chama a atenção e, pela volição, ele convoca o público a acompanhar o desfile.

Questões de semântica, sem dúvida, mas que põem em discussão o que a moda faz irromper no dia a dia das pessoas. Do sempre igual ao eterno diferente, a moda é posta como uma ruptura na continuidade que faz sentir o seu operar definidor. E dos palcos que se tornam algumas estações cada ser desfila em tantos palcos mais no seu viver. Mas é possível desfilar na vida usando esta moda anunciada? É para ser

usada no corpo do cidadão comum ou só como estimuladora do revigoramento do espírito metropolitano?

### **Em ato no metrô, o acontecimento desfile**

Para formar o público que vai assistir o desfile, um show foi preparado como modo de entreter e fazer os viajantes esperarem por algo diferente da normalidade que já é prenunciado com o show de música. Os usuários apreciam nos seus trajés do dia a dia a cantora e compositora Gigi Suleiman e registram com seus celulares o show inabitual que são postos em co-presença. Todos são convidados a repercutir em seus contatos o acontecimento que são implicados pois ocorre em sua ambiência e eles se tornam actantes da narrativa recebendo papéis de reporters, de figurantes, deles menos enquanto usuários do metrô.



Figura 3: A entrada na estação faz-se junto a de músicos, modelos e de todo o aparato dos que trabalham na preparação do desfile. O passageiro é um desses e vai ter de assumir o seu lugar em cena. Os olhares dispersos que vagueiam por todos os lados encontram um centro no show ao vivo de Gigi Suleiman no palco da Estação Vila Madalena.

Do acompanhamento do show, o público vai deparar-se com a plataforma transformada em camarins e algumas das operações de preparo para o desfile têm lugar com a equipe de produção concentrada na colocação de adereços, retoques de maquiagens, penteados, alinhamentos e retoques últimos das vestimentas e das modelos. A movimentação diferente da usual é notada do interior dos vagões em

circulação, alguns com curiosidade aguçada, descem na Estação Vila Madalena para ver que burburinho é esse. Já são muitos que se espremem na plataforma de espera do transporte e conseguiu-se formar uma pequena multidão que mostra reconhecimento do valor da moda.

Enquanto a hora do embarque não soa com a chegada do vagão para a viagem, esses personagens principais são mostrados no estado de preparação e encenam no seu preparo para o desfile o que é ocultado e apenas é visto como produto final estampado pelas modelos como se todos os elementos de maquiagem, penteados e moda lhe fossem inerentes.



Figura 4: Um conjunto de ações de preparo das modelos descortinam todos os preparativos normalmente feitos no camarim fechado. O privado é tornado público. É como um terceiro cujo papel é observar a preparação do desfile que cada passageiro é implicado no desfile que na estação está no seu primeiro ato e vai logo seguir encenado nos vagões e outras estações escolhidas da linha verde do metropolitano de São Paulo.

Tudo pronto e as modelos põem-se em fila indiana na plataforma rumo ao grande ato do desfile que se realizará nos vagões metroviários. E, lado a lado à população, os quarenta corpos se dão a ver em todas as dimensões. Sem proferir palavras, acompanhados pela sonoridade do musical e de toda movimentação na imobilidade do vagão cheio durante o trajeto toda ordem do lugar ocorre desencadeando uma quebra da rotina que capta a atenção dos passageiros e os coloca disponíveis para receber os lançamentos desfilados.

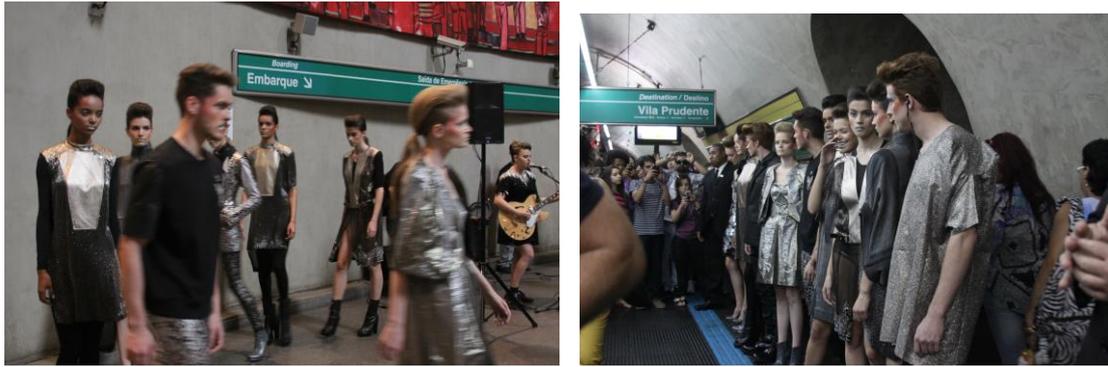


Figura 5: Penteados, maquiagens, sapatos e adereços como brincos e chapéus brilham com as roupas distintas em exposição. O grupo de modelos se põe em movimentação para adentrar como todo e qualquer passageiro o vagão na parada do trem na estação Vila Madalena.

Embarcados na plataforma estão as modelos vestidas com roupas que são tudo menos moda para se vestir no aperto diário do metropolitano e para o trabalho em atividades diversas das ocupações das pessoas. Entre espanto das pessoas comuns, as modelos tomam lugar nos lugares do vagão.



Figura 6: Como passageira a modelo vê a passagem pelos lugares e observa outros sujeitos circulando enquanto ela está pousada no banco que suas vestimentas fazem seu corpo ocupá-lo inteiramente. A modelo aí está para ser vista pois é a visibilidade que faz a moda existir. Ela abusa do seu lugar de ação e, aparentando indiferença ao ser admirada, ela assiste a todas as expressões que seu ato desencadeia nos outros passageiros. Não mais sentada no banco mas nele esticada ela pousa sabendo-se centro dos olhares.



Figura 7: Na espera da plataforma, o desfile das modelos postadas para serem vistas e contempladas. Como auréolas, o arranjo do corpo ergue a cabeça na centralidade da vertical e, com o antebraço erguido, as mãos seguram firme para sustentar no alto o corpo nos balanços do trem movente, nos solavancos do parar e andar, no equilíbrio instável dos corpos justapostos. Cada modelo por sua altura acima da média que ainda é mais aumentada pelos enfeites da cabeça, nas suas posições junto aos passageiros mostra-se um deles, mas acima deles. Eis a concretização do valor de moda enquanto distinção dominando a cena.

As cabeças crescem os corpos magros para o alto e o volume das roupas os expandem pelas laterais atualizando que moda é construção do corpo que é traçado e retraçado para ser sempre distinto e distintivo. Para o alto e para o lado, é graças à moda que é atestado que o corpo veste as cores e formas em sua topologia que anunciam os últimos lançamentos a ser seguidos.

Nos percursos de saída do vagão, passagem pela plataforma, percursos ascendentes e descendentes pelas escadas rolantes, no cenário do próprio

metropolitano com sua sinalética, com o projeto arte no metrô, realizado desde a última década do século XX, com sua arquitetura e movimentação pela urbe.

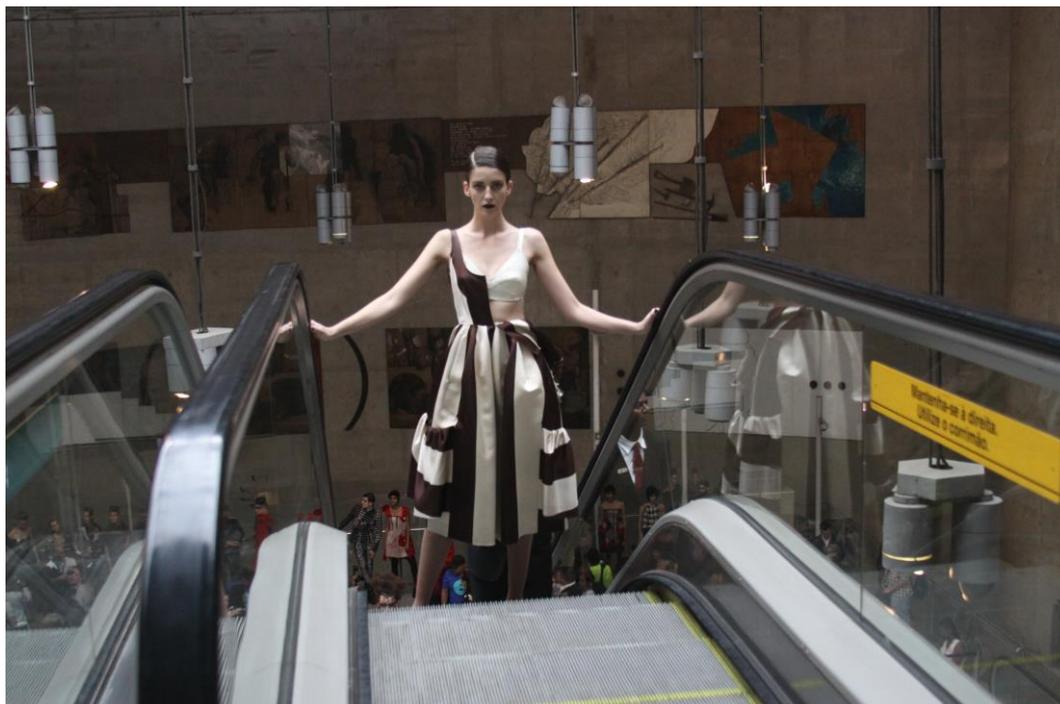
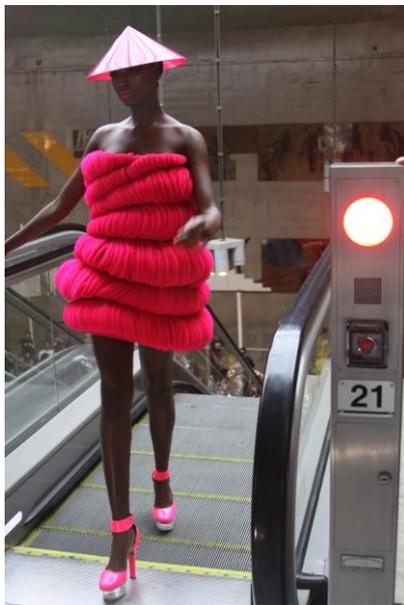
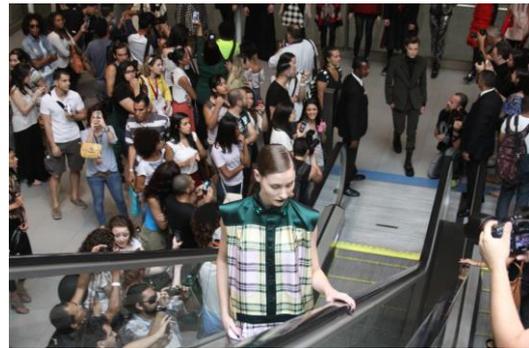
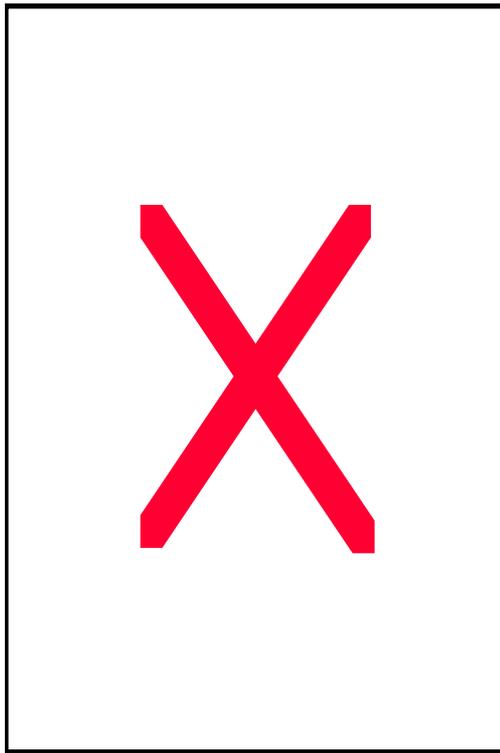


Figura 8 : Da imersão no subsolo à volta ao solo, as dependências do metropolitano mostram-se ricas em angulações para fazer ver os proclames da moda. O inesperado da ocorrência está prestes a deixar o cenário do metrô e a experiência dominical vai dar assunto e resignificou os que a viveram.

O retorno à rua é o retorno ao palco de encenação da vida de todo o dia. Da moda como um grande acontecimento falarão as pautadas mídias que dão cobertura aos tantos desfiles da nova estação. A espetacularização tramada da indústria de moda mostra como ela é orientada para convencer e levar à adesão aos proclames da moda.



Figuras 9: As escadas rolantes na descida e na subida de um patamar a outro são muito mais do que lugar de acesso e são transformadas em passarelas nas quais modelos e o que elas vestem: peças da coleção de um estilista, são dadas a ver em total visibilidade aos viajantes que também foram transformados em público alvo.

### **Reescrituras vividas**

A experiência desse percurso no metropolitano com o desfile da 36ªSPFW é um acontecimento da ordem do inesperado para a população usuária que faz o curso da trajetória da linha de transporte. Um encontro imprevisível, ele não somente quebra a rotina mas a ocorrência renova as ações que cotidianamente aí ocorrem e interfere na narrativa repetitiva. No mesmo lugar em que ocorre a viagem dos passageiros da Linha Verde no trajeto Vila Madalena a Vila Prudente, a viagem programada a ocorrer o destinador composto por 36ªSPFW, CPTM, Metrô e a Secretaria dos Transportes Metropolitanos do Governo do Estado de São Paulo coloca na cena uma narrativa outra que dá a ver modelos vestidos pelos lançamentos de moda que desfilam na rota das vias do metrô, e exalta a armação no aqui e agora para aprontar os modelos, iluminar retoques na maquiagem, na roupa, no sapato, nos modos de caminhar. O caminhar de sujeitos anônimos é desviado de seus passos habituais e esses passam a caminhar a partir dos passos dos modelos. Os passageiros lhe dão seus lugares e assumem, além de papéis de observador e até de contemplador,

papéis de repórter, de fotógrafo, jornalista das redes sociais na qual noticia os atos da cidade. A figuratividade desses outros passageiros, os modelos, traz à cena das estações e dos vagões do metropolitano, que eles estão aí enquanto atores e assumem o lugar e tempo dos passageiros em uma reconfiguração de como se vestem. Assumindo que o que veste um corpo, a roupa, é um dos elementos que faz ser o sentido do sujeito, sua significação no mundo, os modelos estão em ato fazendo os passageiros, enquanto platéia então, sentirem enfaticamente o que eles podem transformar-se vestindo-se na moda. Na medida em que as modelos desfilam na ambientação dos usuários no metrô transladam a eles seus sentidos. O usuário vislumbra o modo de transformar-se vestido pela moda.

De trajetória de sujeitos anônimos à passarela de modelos e criadores de moda a mudança não ocorre na construção plástica do metropolitano mas na quebra da função primeira do meio de transporte e também na quebra dos sentidos do vestir-se. Sem toques ou retoques a locomoção ordinária é inteiramente da ordem da invisibilidade dos que se apinham uns sobre os outros. Inversamente, sobrevalorizada pelos holofotes da visibilidade que os clicks sem pausa dos fotógrafos glamorizam nos instantâneos, os que desfilam são considerados como singulares e únicos. Os atributos da moda assumem a ambientação e eles vão destacar distintivamente os modelos pelo que eles vestem e como vestem as roupas do lançamento de moda.

Mesmo sem nenhuma mudança no aparato viário do metropolitano e dos trens, a mudança dos sujeitos vai requalificar a ambientação também a distinguindo de outros lugares. O glamour emprestado ao transporte sobre trilhos centra-se na ação do tipo performático que a feira de moda aí localizou tomando para si a axiologia do próprio metrô. O valor máximo da mobilidade, da aceleração, a moda quer tomá-los emprestado para compartilhar seus semantismos e esses valores adicionarem-se aos da moda e a redefinirem. Típico de um final de semana em que a rotina de todos os passageiros é quebrada pois cada um faz alguma outra coisa na sua vida além de trabalhar e sai para passear; cada um se sente mais relaxado, liberado da hora certa, dos compromissos; cada um faz por merecimento, por mero prazer e gozo que promove o desfrute do percurso no metropolitano por mero nele estar. Atualizam-se assim uma gama de outros sentidos para o uso do metrô que não são cotidianamente entrevistados.

No seu interpor-se no tempo e espaço dos destinatários, o desfile de moda veicula também que os destinadores ofertam essa promoção sem acréscimo algum ao

preço do bilhete a quem ocorrer de pegar o metropolitano. Proposto no lugar comum como uma dádiva, o desfile vai quebrar os parâmetros dos modos de significar pois ele deixa de ter o sentido fechado e repertoriado para fazer sentido em ato. Para colocar-se próximo ao público consumidor, o destinador do desfile coloca os lançamentos das coleções junto à população e mais ele faz o usuário contatar a moda que antes só via folheando as páginas de revistas ou acompanhando desfiles na televisão. A proximidade com as novas da produção da indústria da moda inteiramente da ordem do imprevisível produz alumbramento que repercute muito além do flagrar o corpo da moda, mas proporcionando a redescoberta de que todos têm um corpo movente e a moda é movente também pela movimentação que engendra e que a define. Assistimos assim o mecanismo da reescritura a partir de novas semantizações investidas na mesma expressão. O recobrir semântico propicia então adensamento e complexificação do sentido.

Como enfatizamos ao longo dessa abordagem o metropolitano é o meio de transporte mais valorizado na mobilidade urbana, e ele principalmente é o lugar cotidiano, no qual a população com o seu corpo desfila. Nestes termos, ao vivenciar que onde o seu corpo se move também pode ser visto como a sua passarela performática, cada sujeito é levado a refletir sobre o seu próprio desfile no seu mundo.

Que sentidos tem o desfilar das passarelas para a rua<sup>13</sup>? E da rua para o metrô? Quando a população desce pelas escadas mais e mais aprofundando-se até chegar ao patamar dos trilhos, o que essa imersão faz sentir? Quando espera o trem na plataforma, cada sujeito não só espera o veículo de locomoção. Porém, espera muito, muito mais e as suas esperas e expectativas aí têm lugar.

A mobilidade é uma experiência de cidade que conduz a várias meditações nas quais entrecruzam mobilidade com lentidão e encaminham a pensar esses vetores como mobilidade e imobilidade, polos opostos como o é moda e fora da moda. Eis

---

<sup>13</sup> Retomo aqui, por um lado, as inventivas performances-desfiles enlaçando *Moda e Literatura* organizadas por Jô Souza na Avenida Paulista que culminavam na Livraria Cultura, o destinador que reitera o sentido da criação e de criadores literários nos livros que comercializa. De outro lado, os trabalhos impactantes de deslocamento das passarelas para resignificar a moda, o criador, a marca, Souza analisa em seu Mestrado que vale uma leitura para informar-se sobre o uso estratégico do mecanismo de produção de sentido centrado em modos de reescritura dessa produção e dos seus mecanismos cf. "Desfile de moda nos espaços da cidade. Abordagem semiótica dos regimes de visibilidade, de identidade, de interação e de sentido", Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PEPGComunicação e Semiótica, 2011, sob minha orientação.

os modos opostos de dizer cada sujeito, a cidade de São Paulo, que a 36 SPFW atualiza.

Nos espaços de São Paulo a população encontra-se imbricada no tempo de seu viver situado no contexto sócio-econômico-cultural. A aceleração de outros tempos também ainda vigora, mas freada pela lentidão. Esse contexto de alerta impõe uma reflexão mais aprofundada sobre a presença insidiosa e fortemente imperiosa da racionalidade global que está sendo forçada a se reestruturar com os embates e movimentos da ordem local.

A reescritura das passarelas do desfile de moda nos trilhos do metrô assinala no fenômeno da moda, mas igualmente no fenômeno da mobilidade, com o envolvimento de todos esses diferentes destinatários envolvidos na ação publicitária e de marketing estudada, uma tentativa de abarcar semantismos de glocalidade com uma atenção reflexiva voltada para onde vai São Paulo. Nem cidade planetária, nem província de Piratininga, a São Paulo da atualidade, sua população, setores da indústria da moda, da comercialização, de serviços, como o setor de transporte, entre outros, todos esses estão enfrentando desafios para encontrar saídas comerciais, financeiras e sociais, enfim, saídas existenciais, saídas de modos de viver a vida e estar em presença de uma São Paulo que faça sentido para a população.

Não está sendo nada fácil encontrar como reescrever São Paulo e a população no momento atual da vida planetária que a economia nos envereda a segui-la. A 36ªSPFW fez a tentativa de reescritura desta indústria aliando-se aos seus parceiros o Estado e o Município. A parceria atesta o volume de negócios entorno da moda e como cabe ao poder público assumir para si o estar junto com o poder privado. Os horizontes estão se delineando, mas paradoxalmente eles apressam-se lentamente, talvez, como cada um dos viventes da megalópole.

Assim a 36ªSPFW marca um sinal dos tempos contemporâneos que não podemos deixar de nos debruçar sobre ele com muita atitude reflexiva enquanto ainda dizem que moda é só questão de sedução.

Quem não estava no desfile da 36ªSPFW, pôde saber dele mediado pelas reportagens em todos os jornais, revistas, telejornais, emissões de rádio, nas redes sociais. Quem esteve aí pôde estar na confluência de uma das mais importantes problemáticas das práticas de vida de São Paulo, que tem seu nóculo central na (i) mobilidade que tentamos desenvolver como uma questão política e sócio-econômica e que não pode não ser tratada enquanto fora dessa complexidade.

Beirando o colapso pela diminuta expansão são os trens que nos mostram que nos seus territórios não cabem mais corpos. Esses corpos asujeitados estão cada vez mais contidos e encolhendo-se a ponto de emergir formas de revolta a tamanha coersão. As manifestações aumentaram com a reivindicação de mais espaços público, mais locomoção, mais saúde, mais educação e muito mais proclames da população para estar e ser um sujeito participante de uma vida melhor na metrópole. A 36ªSPFW aproveitou essa onda reivindicatória para mostrar que também a indústria da moda, desde os seus inícios, está clamando por mais espaços nos negócios da cidade e do país, assim como para ela aspira sanção positiva da sociedade pelo reconhecimento do lugar que ocupa na economia e no social com as suas taxas de criação de empregos, mas também de produção de imagens sociais para a população e para o país.

Uma vez assumida São Paulo como capital da moda inserindo-se nos trilhos da mobilidade urbana, a 36ªSPFW conseguiu também um modo de politizar as reivindicações do direito à moda e de assumir sua importância na cotidianidade das práticas de vida dos habitantes independente de onde circulam e de onde originam-se. Assim, mostrar-se em desfile no transporte público metroviário da cidade é uma estratégia para ser reconhecida como integrante da dinâmica da vida paulistana e brasileira.

Ao mesmo tempo em que os organizadores tem como patrocinadores o poder público e o poder privado das marcas, o evento não deixa de mostrar como se dão as alianças e como essas produzem harmonizações entre público e privado. O capital do Estado que edifica os trilhos do metrô e do município nos trilhos da capital mostram-se juntos. A gestão da metrópole São Paulo apoia a gestão da moda brasileira e, aladas, elas desfilam juntas entretendo a população que está sensível às contrapartidas que lhe são ofertadas para enfrentar o pouco que lhe dão no latifúndio. Estar lado a lado, os gestores da mobilidade urbana e os gestores da 36ªSPFW mostram o valor da mobilidade tanto a viária, quanto a social. O clamor é por melhorias, por atendimento às reivindicações quer da população quer do setor econômico da moda que aí estão os dois de mãos dadas. O privado expõe sua aposta fundamental e setor produtivo e setor consumidor aparecem intrinsecamente imbricados e ambos dirigem ao poder público seus anseios de quem sabe dos seus direitos e da força da sua volição. O poder público tenta não assumir a

regência da interlocução como se fosse possível após as guerras juninas travadas nas passarelas rodoviárias da mobilidade urbana aplacar com espetáculos os ânimos e os estados de alma. Novas alianças do setor industrial com a população? Dos setores de gestão da vida pública com alvo nas melhorias na vida coletiva? Mero arremedo de atitude dialógica que gravita entorno de pontos secundários pois, de fato, o cerne da questão repousa no poder público aplicar os impostos excessivos cobrados da indústria e da população em prol das próprias reivindicações desses agrupamentos com um projeto de gestão da vida dirigida pela dinâmica social.

### **Referências bibliográficas**